
**Informe Estadístico
Turismo
2013**

AUTORIDADES

GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE SALTA

Dr. Juan Manuel Urtubey

MINISTRO DE CULTURA Y TURISMO DE SALTA

Dr. Mariano Ovejero

SECRETARIO DE TURISMO

Lic. Fernando García Soria

EQUIPO DE TRABAJO

Subsecretaria de Desarrollo Turístico

Lic. Ana Cornejo

Dirección General de Planificación

Lic. Jose Piu

Programa de Estadísticas

Lic. Nelson Copa

Lic. Pio Díaz Herrera

Lucas Gutiérrez

Analia Bogino

ÍNDICE

ÍNDICE	3
RESUMEN EJECUTIVO	4
CAPITULO 1.	5
1.1. ALOJAMIENTO Y PLAZAS	5
1.2. AGENCIAS DE VIAJE	8
1.3. PRESTADORES DE TURISMO ALTERNATIVO	9
1.4. TRANSPORTE	10
1.5 VISITANTES A MUSEOS	10
CAPITULO 2.	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.1
2.1. TASA NETA DE OCUPACION	11
2.2. PERNOCTE PROMEDIO	13
2.3. PERNOCTACIONES	14
2.4. ARRIBOS TURISTICOS	15
CAPITULO 3.	166
GASTO TURISTICO E IMPACTO ECONOMICO	166
CAPITULO 4.	177
PERFIL DEL TURISTA - GENERAL DE LA PROVINCIA	177
CAPITULO 5.	20
5.1. SALTA CAPITAL	20
5.2. CAFAYATE	23
5.3. CACHI	26
5.4. SAN ANTONIO DE LOS COBRES	28
5.5. CORONEL MOLDES	31
5.6. ROSARIO DE LA FRONTERA	34
CAPITULO 6.	366
CUADROS ADICIONALES SOBRE EL PERFIL DEL TURISTA DE RESIDENCIA EN EL EXTRANJERO	36
INFORMACION COMPLEMENTARIA	44
METODOLOGÍA Y CONCEPTOS	466

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una actividad de gran relevancia para el desarrollo económico de nuestra región, siendo generadora no solo de ingresos, sino también de empleo. En este sentido, las estadísticas están confiriendo un nuevo reconocimiento a la industria turística, y permiten estimar los impactos directos e indirectos de la actividad.

La recolección de datos cuantitativos y cualitativos de esta industria, sirve para evaluar políticas, fijar prioridades, y medir el impacto social y económico que tendrá la aplicación de determinadas políticas o inversiones turísticas.

Al mismo tiempo, colabora con el monitoreo de efectos de programas y así orientar decisiones y establecer rápidamente una visión estratégica siendo sumamente útiles a la hora de planificar inversiones privadas y proyectar tendencias.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar información que permita definir las principales características del comportamiento turístico durante el año 2.013 a los efectos de evidenciar el creciente desarrollo turístico en distintas localidades de la.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Estudiar el comportamiento de una serie de variables que permitan describir las características fundamentales de la actividad hotelera de la Provincia, alcanzando indicadores de oferta y demanda.
2. Estimar el número de arribos en la Provincia, aproximación a su comportamiento turístico y conocer el gasto turístico de los visitantes.
3. Complementar el análisis de la oferta, enfocándose en la recolección de información secundaria relacionadas a la actividad: Aeropuerto, Peaje, Teleférico, Terminal de Ómnibus, Museos y Parques Nacionales.
4. Conocer el perfil del turista que visita la Provincia.

El presente material es un trabajo de recopilación de la información recogida y procesada durante el año 2.013.

CAPITULO 1.

OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

1.1. Alojamientos y plazas

En el año 2.013 la oferta hotelera contó con un total de 19.736 plazas distribuidas en 511 establecimientos hoteleros y parahoteleros de toda la Provincia de Salta, estando el 60% de las plazas concentradas en la capital.

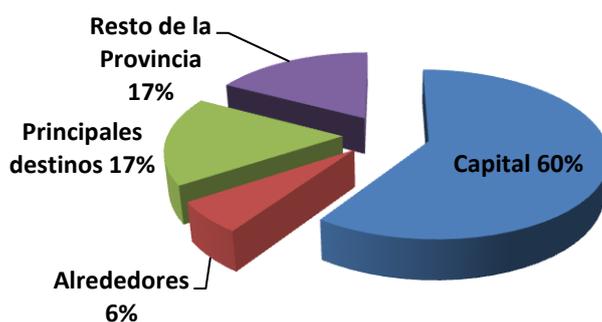
Con respecto al año 2.012, del Cuadro N°1 se puede ver que la cantidad de plazas totales ofrecidas creció un 12% viendo un incremento considerable (33%) en el Resto de la Provincia. Por otro lado, de los Gráficos N° 2 y N°3, se aprecia que en Capital se dio un crecimiento del 5% de las plazas, mientras que en el interior aumentaron un 23%.

Cuadro N°1: Cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en la Provincia de Salta

Localidad	2012	2013	Variación
Ciudad de Salta	11.152	11.752	5%
5*	624	624	0%
4*	1.360	1.344	-1%
3*	1.991	1.948	-2%
2*	973	1.317	35%
1*	1.180	1.124	-5%
AP	746	714	-4%
RA	1.418	1.687	19%
RB	2.570	2.336	-9
S/C	65	433	566%
GR	225	225	0%
Alrededores	1.084	1.241	14%
Principales Destinos	2.865	3.397	19%
Resto de la Provincia	2.557	3.346	31%
Total de plazas en la Provincia	17.658	19.736	12%

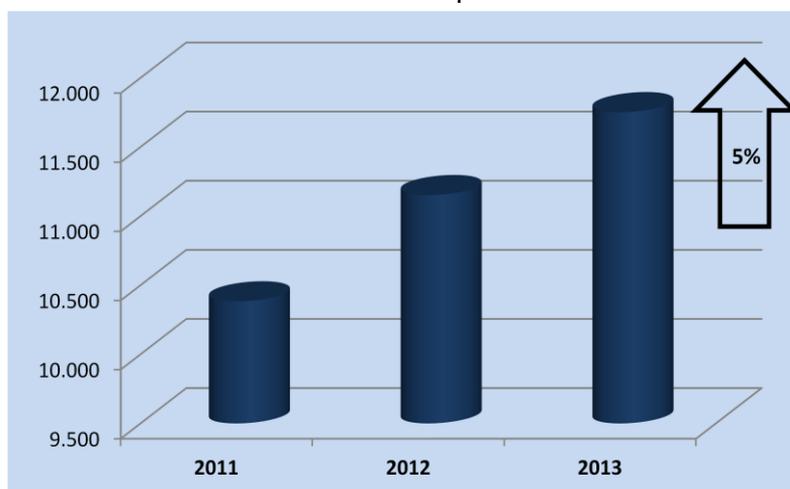
Fuente: Registro Hotelero. Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta.

Gráfico N°1: Distribución de plazas hoteleras y para hoteleras dentro de la Provincia de Salta



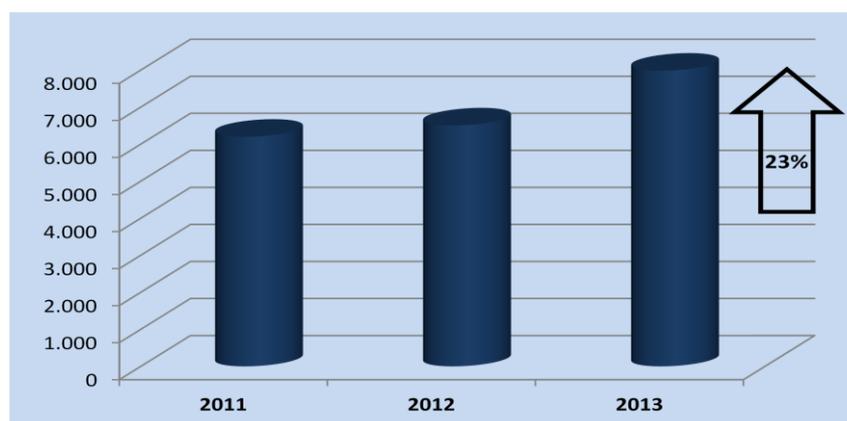
Fuente: Elaboración propia con información provista por la Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

Gráfico N° 2: Evolución de cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en la Capital de Salta



Fuente: Elaboración propia con información provista por la Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

Gráfico N° 3: Evolución de cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en el Interior de Salta



Fuente: Elaboración propia con información provista por la Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

Cuadro N°2: Establecimientos por tipo de alojamiento. Provincia de Salta, según localidad

Regiones	Total Gral.	Total Hotel	Total Parahotel	Parahotel				
				Cabaña	Casa de Campo	Hostería	Hotel Gremial	Residencial
Total general	511	158	353	58	4	75	3	213
Capital	238	101	137	0	0	0	2	135
Región La Puna y Norte Andino	10	1	9	0	0	7	0	2
Iruya	5	-	5	-	-	3	-	2
San Antonio de los Cobres	4	1	3	-	-	3	-	-
Tolar Grande	1	-	1	-	-	1	-	-
Región Norte Verde	35	17	18	0	0	1	0	17
Colonia Sta. Rosa	3	-	3	-	-	-	-	3
Embarcación	4	2	2	-	-	-	-	2
Los Toldos	1	-	1	-	-	1	-	-
Mosconi	0	-	-	-	-	-	-	-
Orán	13	5	8	-	-	-	-	8
Salvador Mazza	2	1	1	-	-	-	-	1
Tartagal	12	9	3	-	-	-	-	3
Región Sur Histórico y Gaucho	29	12	17	2	0	3	0	12
Gral. Güemes	8	2	6	-	-	1	-	5
Joaquín V. González	3	2	1	-	-	-	-	1
Las Lajitas	2	1	1	-	-	-	-	1
Metán	6	4	2	-	-	-	-	2
Rosario de la Frontera	10	3	7	2	-	2	-	3
Región Valle de Lerma	91	7	84	45	3	33	0	3
Campo Quijano	7	-	7	6	-	1	-	-
Cerrillos	6	-	6	3	-	3	-	-
Coronel Moldes	12	1	11	4	-	7	-	-
Chicoana	5	1	4	1	-	3	-	-
La Caldera	3	-	3	2	-	1	-	-
La Calderilla	2	-	2	2	-	-	-	-
La Silleta	4	-	4	-	1	2	-	1
Rosario de Lerma	3	-	3	-	1	1	-	1
San Agustín	1	-	1	-	-	1	-	-
San Luis	5	1	4	2	-	2	-	-
Vª San Lorenzo	32	4	28	16	1	10	-	1
Vaqueros	11	-	11	9	-	2	-	-
Región Valles Calchaquíes	108	20	88	11	1	31	1	44
Angastaco	4	-	4	2	-	2	-	-
Ampascachi	1	-	1	-	-	1	-	-
Cachi	17	2	15	2	-	6	-	7
Cafayate	67	15	52	6	1	11	1	33
Molinos	4	1	3	-	-	2	-	1
Payogasta	2	1	1	-	-	1	-	-
San Carlos	7	-	7	-	-	4	-	3
Seclantás	3	-	3	-	-	3	-	-
Talapampa	1	-	1	1	-	-	-	-
Tolombón	2	1	1	-	-	1	-	-

(1) Alojamiento: Hoteles de 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, Apart hoteles, Sin categorizar

(2) Alojamiento Parahotelero: Hoteles gremiales, Residenciales, Hostelerías, cabañas, casas de campo

* Incluye alojamientos habilitados y en trámite de habilitación, en base a la información recabada por el Departamento de Fiscalización del Ministerio de Cultura y Turismo

1.2. Agencias de Viajes

La Provincia de Salta, durante el año 2.013, contó con un total de 157 Agencias de Viajes (AV) registrados, concentrándose principalmente en capital (88%). Esta información se puede observar en el siguiente cuadro descriptivo.

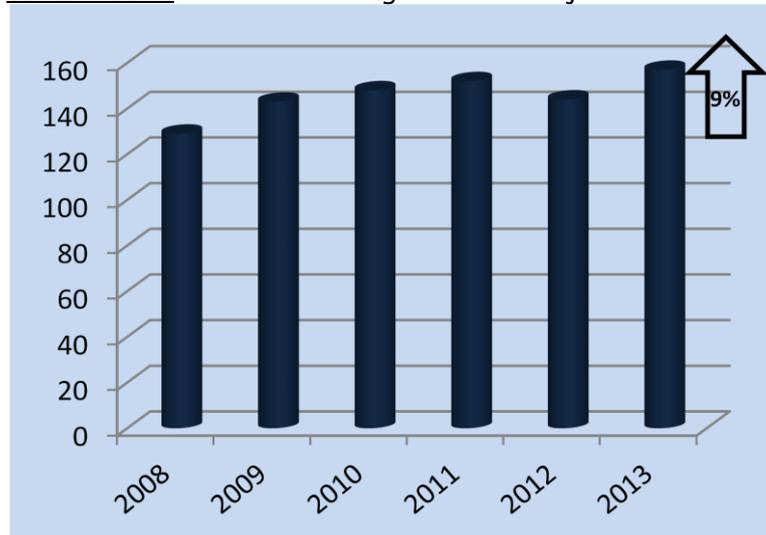
Cuadro N°3: Cantidad de agencias de viajes por localidad

Localidad	Cantidad
Cachi	1
EVT	1
Cafayate	4
EVT	4
Capital	138
AT	7
EVT	129
ESPL	2
Cerrillos	1
EVT	1
El Jardín	1
EVT	1
Metán	1
EVT	1
Orán	3
EVT	3
San Antonio de los Cobres	1
EVT	1
Tartagal	1
EVT	1
Vª San Lorenzo	4
EVT	4
Vaqueros	2
EVT	2
Total de Agencias 2013	157

AT: Agencia de Turismo; EVT: Empresa de Viajes y Turismo; ESFL: Empresas sin Fines de Lucro.

Fuente: Base de Fiscalización - Ministerio de Cultura y Turismo

Gráfico N° 4: Evolución de Agencias de Viajes en la Provincia



1.3. Prestadores de Turismo Alternativo

El **Turismo de Alternativo** implica viajes cuya motivación principal es la práctica de actividades turístico-recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales. Implica la exploración de paisajes, donde el viajero puede esperar lo inesperado. Es una modalidad de turismo en constante aumento ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones, donde la experiencia es lo importante. El marco normativo Provincial a esta actividad, reconoce como actividades de Turismo Alternativo (Turismo Activo o de Aventura) a las siguientes: Cabalgatas, Cicloturismo, Montañismo, Senderismo, Travesía (trekking) Todoterreno, Canotaje, Navegación lacustre, Observación de aves, Travesías, Fotográficas, Kite Buggy, Escalada, Rappel, Tirolesa, Campoy, Espeleología, Campamentismo, Caza y Pesca.

Cuadro N°4: Cantidad de prestadores de Turismo Alternativo por región

	TOTAL
Capital	24
Alrededores	3
Valle de Lerma	6
Valles Calchaquíes	2
Zona Sur	2
	37

Cuadro N°5: Cantidad de prestadores de Turismo Alternativo por servicios brindados

Actividad	TOTAL
Cabalgata	12
Montañismo (senderismo, trekking, alta montaña)	21
Escalada	2
Espeleología	1
Travesía 4x4	10
Rafting	3
Rappel	3
Tirolesa	3
Campamentismo	4
Tobogan de Agua	1
Motos de Agua	1
Mountain Bike	5
Safaris Fotográficos	2
Motos	2
Cuatriciclos	4
Observación de Aves	2

Fuente: Base de Fiscalización - Ministerio de Cultura y Turismo

1.4. Transporte

Cuadro N°6: Transporte Terrestre y Aéreo

Transporte	Concepto	2013	2012	2011
Terrestre	Cantidad de vehículos. Peaje AUNOR entrada a la Ciudad de Salta. Autos y Pick up (cat. 1 y 3)	3.441.134	3.121.503	3.067.340
	Cantidad de vehículos. Peaje AUNOR entrada a la Ciudad de Salta. Terrestre (Camiones y Colectivos)	707.303	662.510	687.605
Aéreo	Movimiento total de pasajeros en el Aeropuerto M.M. de Güemes (incluye pasajeros de Terminal y en Tránsito directo)	706.485	690.712	633.134

Fuente: Aunor S.A: y Aeropuertos Argentina 2000

1.5. Visitantes a Museos

La Provincia de Salta en el año 2.013 contó con 11 Museos provinciales que contaron con un total de 340.976 visitantes, un 15% más que en el año 2.012. El Museo de Arqueología de Alta Montaña (MAAM) fue el museo con más visitas representando el 44% del total de visitas. Además se puede apreciar que el Museo de Bellas Artes "Quinquela Martín" de Rosario de la Frontera fue quien incremento en mayor proporción la cantidad de visitas, recibiendo un 127% más que el año anterior.

Cuadro N° 7: Cantidad de Visitantes a Museos de la Provincia

Museo	2012	2013	Variación % Anual
MAAM Salta	140.017	149.496	7%
MAC Salta	27.117	38.949	44%
MAS Salta	17.805	16.802	-6%
MBA Salta	23.322	12.485	-46%
MCAR Salta	11.938	9.520	-20%
MAPPD Cachi	24.500	22.545	-8%
MCN Vespucio	6.520	5.257	-19%
MBAQM R° Front	1.439	3.265	127%
MVV Cafayate	38.071	45.041	18%
MVR La Cruz	5.154	5.543	8%
MyS Sta. Rosa de Tastil	-	32.073	-

Fuente: Dirección General de Patrimonio Cultural

MAAM-Museo de Arq. de Alta Montaña / MAC-Museo de Arte Contemporáneo / MAS-Museo de Antrop.de Salta / MBA-Museo de Bellas Artes de Salta / MCAR-Museo Casa Arias Rengel / MAPPD-Museo Arq- Pío Díaz-Cachi / MCNPB-Museo de Cs. Nat. Parodi Bustos- Vespucio / MBAQM-Museo Bellas Artes Quinquela Martín-R° Frontera / MVV-Museo de La Vid y el Vino-Cafayate / MVR-Museo de la Vida Rural-Finca La Cruz

CAPITULO 2.

DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

2.1. Tasa Neta de Ocupación

Cuadro N°8: Tasa Neta de Ocupación anual, por región.

	2012	2013
Capital	55%	53%
Alrededores	30%	26%
Principales destinos	37%	39%
Resto de la Provincia	28%	28%
TNO Provincial	47%	46%
TNO Provincial - Turística*	53%	49%

(*) Turística incluye Capital, Alrededores y Principales Destinos

Cuadro N°9: Tasa Neta de Ocupación por mes

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Prom Anual
Capital	50%	47%	49%	47%	47%	50%	73%	59%	63%	58%	62%	34%	53%
5*	39%	45%	43%	40%	42%	53%	74%	55%	59%	60%	66%	39%	51%
4*	49%	50%	52%	49%	54%	58%	73%	69%	74%	70%	72%	39%	59%
3*	42%	38%	43%	45%	46%	50%	71%	60%	67%	60%	63%	23%	51%
2*	38%	35%	41%	42%	42%	39%	64%	49%	54%	43%	46%	23%	43%
1*	77%	67%	70%	66%	56%	62%	89%	75%	84%	76%	78%	55%	71%
Ap	72%	62%	57%	60%	59%	61%	84%	67%	71%	62%	64%	40%	63%
RA	63%	54%	50%	44%	33%	35%	77%	47%	40%	40%	41%	29%	46%
RB	59%	55%	54%	44%	39%	39%	69%	52%	51%	49%	60%	44%	51%
S/C	72%	58%	76%	74%	54%	54%	79%	74%	76%	85%	87%	62%	71%
GR	73%	51%	49%	54%	51%	58%	67%	51%	38%	37%	37%	14%	48%
Alrededores	49%	37%	28%	16%	12%	20%	51%	21%	23%	26%	23%	11%	26%
Pples Dest.	54%	42%	44%	34%	28%	27%	55%	32%	38%	42%	46%	27%	39%
Cafayate	58%	52%	45%	34%	27%	27%	57%	30%	39%	39%	47%	26%	40%
Cachi	61%	46%	51%	39%	25%	32%	60%	38%	34%	45%	51%	30%	43%
Ros. Front	39%	34%	29%	20%	24%	31%	43%	36%	41%	40%	19%	20%	31%
S.A.C.	76%	59%	36%	32%	25%	20%	44%	17%	36%	33%	39%	26%	37%
Moldes	44%	43%	53%	52%	41%	30%	52%	46%	45%	61%	68%	36%	48%
Resto	23%	19%	26%	26%	29%	30%	30%	33%	30%	30%	30%	25%	28%
TNO	48%	45%	44%	39%	39%	42%	63%	50%	53%	50%	53%	30%	46%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario
 Ap: Apart-hotel; RA: Residencial “A”; RB: Residencial “B”; S/C: Incluye a los hoteles Boutiques y aquellos establecimientos cuya categoría aun se encuentra en trámite; GR: Hoteles Gremiales.

Cuadro N°10: Tasa Neta de Ocupación de Capital según categoría

CATEGORÍA	2013	2012
5*	51%	50%
4*	59%	60%
3*	51%	51%
2*	43%	46%
1*	71%	69%
Ap	63%	70%
RA	46%	47%
RB	51%	53%
S/C	71%	71%
GR	48%	50%
TNO Capital	53%	55%

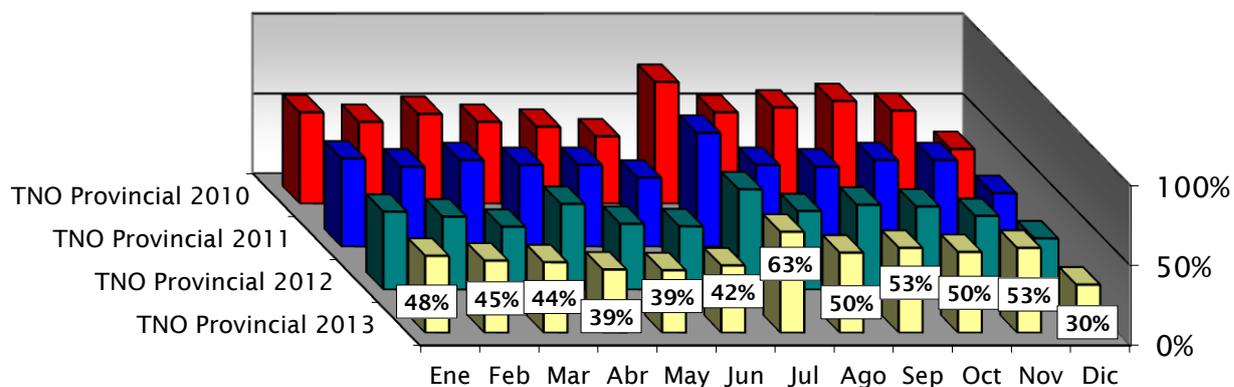
Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Cuadro N°11: Tasa Neta de Ocupación por regiones y localidades

LOCALIDAD	2013	2012
Alrededores (San Lorenzo, Vaqueros, La Caldera, San Luis, La Silleta)	26%	30%
Principales Destinos	39%	37%
Cafayate	40%	37%
Cachi	43%	41%
Ros. De la Frontera	31%	32%
San Antonio de los Cobres	37%	43%
Coronel Moldes	48%	42%
Resto de la provincia	28%	28%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Gráfico N° 5: Tasa de Ocupación provincial por año



2.2. Pernocte Promedio

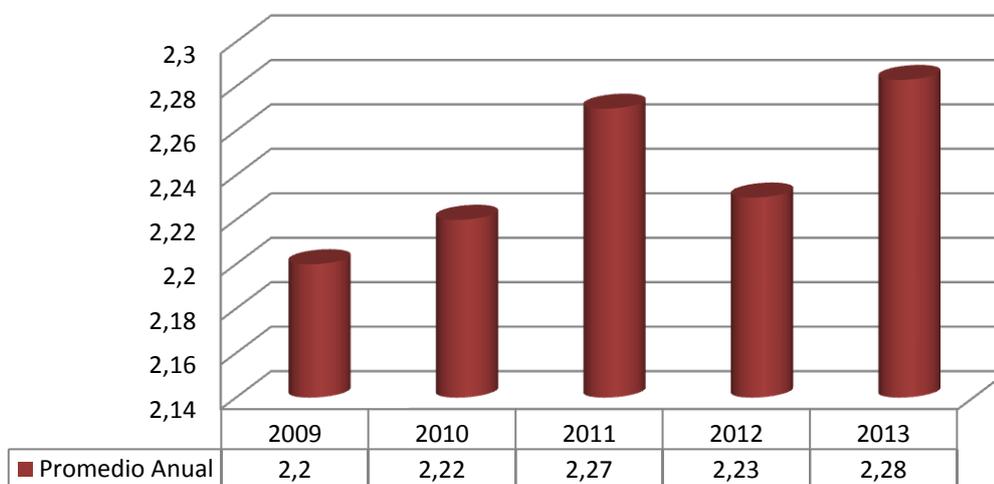
El pernocte es la cantidad promedio de noches que cada viajero permanece alojado en un establecimiento hotelero o parahotelero, fuera de su lugar de residencia habitual, en el lugar visitado. Se estima a partir de la información suministrada por los hoteles en relación a ingresos y egresos de pasajeros.

Cuadro N°12: Pernocte promedio por mes

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Capital	2,65	2,51	2,56	2,61	2,49	2,54	3,19	2,50	2,90	2,71	2,62	2,20	2,62
5*	2,54	3,07	3,02	2,50	2,60	2,79	4,48	2,80	3,52	3,31	3,65	2,68	3,08
4*	2,96	2,94	2,60	2,30	2,90	2,66	3,15	2,82	2,84	2,73	2,62	2,10	2,72
3*	2,55	2,49	2,45	2,49	2,20	2,52	2,83	2,44	2,89	2,55	2,56	1,95	2,49
2*	2,26	2,28	2,42	2,31	2,00	2,24	2,72	2,31	2,69	2,20	2,03	1,84	2,27
1*	2,30	2,49	2,14	2,16	2,70	2,41	2,43	2,36	2,44	2,37	2,30	2,02	2,34
AP	3,34	3,20	3,00	2,84	2,30	2,75	3,89	2,81	3,12	3,39	2,84	2,71	3,02
RA	2,08	2,04	1,93	1,95	2,00	1,88	2,42	1,93	2,07	1,92	1,83	1,66	1,98
RB	1,88	2,06	2,09	2,14	2,80	2,05	2,47	2,10	2,39	2,36	2,18	1,87	2,20
GR	2,79	2,08	2,52	2,83	2,20	2,39	2,71	1,98	2,44	2,41	2,24	1,94	2,38
S/C	2,67	2,41	2,40	2,16	2,40	2,51	2,98	2,31	2,25	2,12	2,62	1,90	2,39
Alrededores	3,66	3,84	2,78	2,49	2,15	2,30	3,68	1,83	2,70	2,30	2,09	1,87	2,64
Principales destinos	1,42	1,50	1,56	1,32	1,26	1,35	1,24	1,54	1,29	1,26	1,25	1,26	1,35
Cafayate	1,57	1,68	1,39	1,31	1,24	1,24	1,24	1,66	1,23	1,21	1,29	1,32	1,37
Cachi	1,36	1,34	1,28	1,36	1,17	1,17	1,19	1,31	1,25	1,17	1,22	1,13	1,24
Rosario de la Frontera	1,22	1,34	1,29	1,39	1,29	1,29	1,42	1,63	1,65	1,78	1,18	1,25	1,39
Coronel Moldes	1,46	1,04	1,02	1,56	1,34	1,34	1,02	1,00	1,27	1,33	1,63	1,40	1,28
San Antonio de los Cobres	1,05	1,64	1,56	1,04	1,72	1,72	1,78	1,34	1,04	1,01	1,06	1,01	1,33
Resto de la provincia	1,54	1,69	1,84	1,90	2,00	2,35	1,91	1,83	2,30	2,30	2,39	2,28	2,03
Pernocte Promedio en la Pcia.	2,33	2,29	2,30	2,27	2,18	2,29	2,68	2,18	2,51	2,37	2,09	1,90	2,28

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Gráfico N° 6: Evolución anual de pernocte promedio en Salta



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

2.3. Pernoctaciones

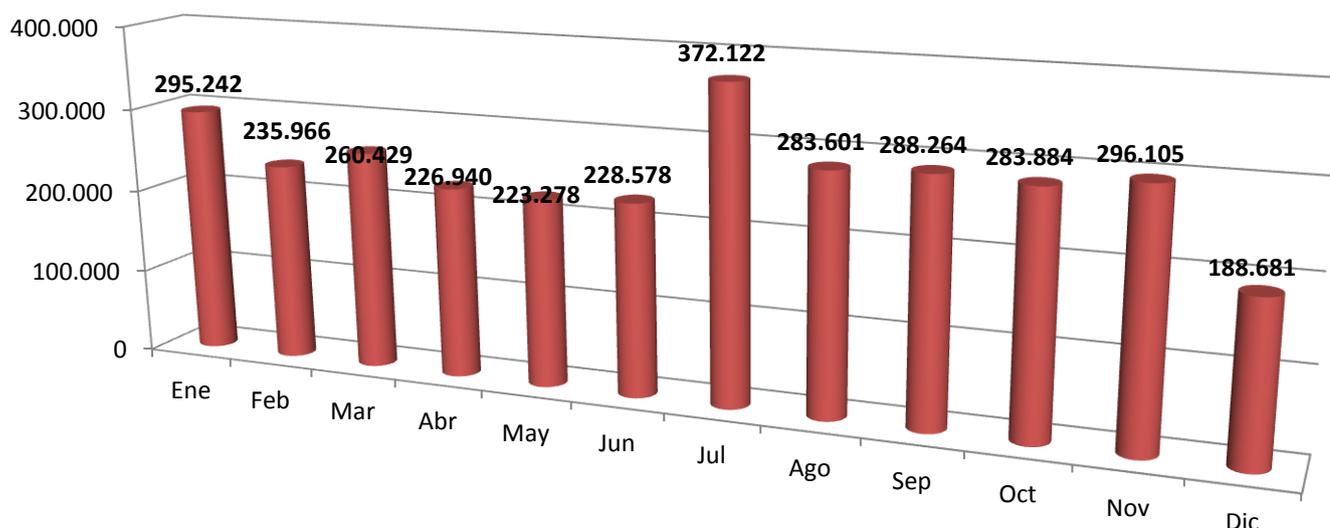
Corresponde a la cantidad de noches camas que los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y parahoteleros habilitados por el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia. Obviamente que, al tener mayor participación en el total de plazas provinciales, la ciudad de Salta aporta la mayor proporción de turistas que pernoctan en la Provincia, pero aun así se puede destacar que en los principales destinos la cantidad de pernoctaciones crecieron en mayor medida (20%) pasando de 381.823 pernoctaciones en 2.012 a 456.247 en 2.013.

Cuadro N°13: Cantidad de pernoctaciones por región

Capital	2.275.486
Alrededores	118.627
Principales destinos	458.790
Resto de la provincia	330.187
Total de pernoctaciones 2013	3.183.090

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario.

Gráfico N°7: Evolución de Pernoctaciones Mensuales



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

El Gráfico N°9 representa el comportamiento que tuvo el total de las pernoctaciones en la provincia de Salta en el año 2013, en el cual se observa claramente picos por encima del valor promedio mensual (265.258 pernoctaciones) en los meses de Enero, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre y Noviembre, mostrando una desestacionalización de este último mes respecto a años anteriores.

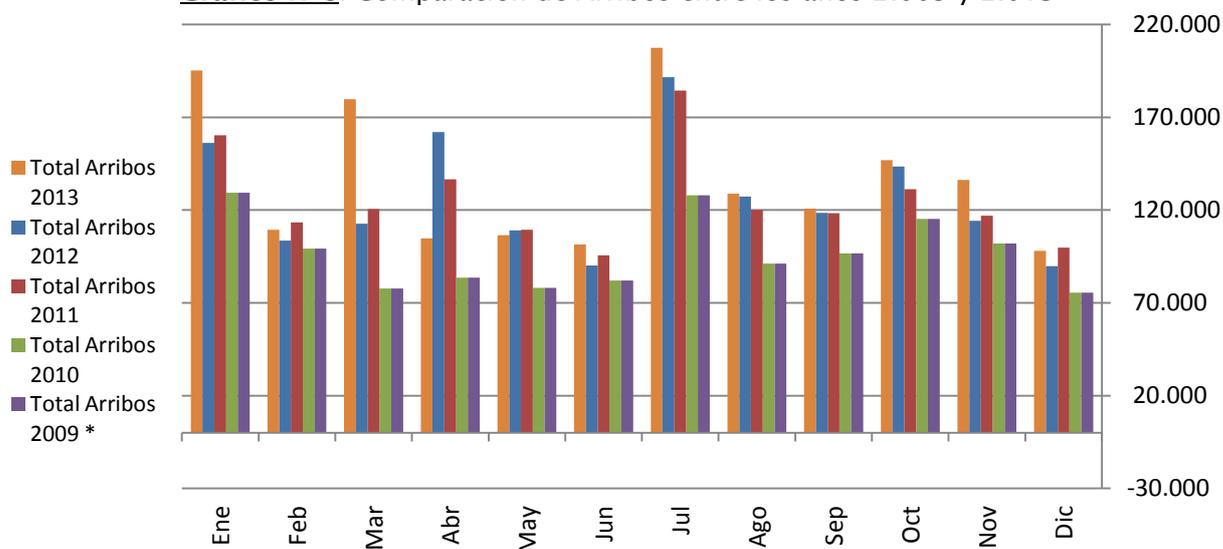
2.4. Arribos turísticos

Cuadro N°14: Cantidad de arribos turísticos

Localidad	2013	2012	2011	2010
Ciudad de Salta	927.931	897.318	915.254	824.430
5*	38.811	39.426	42.778	40.614
4*	108.453	108.814	110.227	100.985
3*	99.852	133.235	127.298	127.502
2*	89.670	72.592	80.483	68.124
1*	125.637	118.003	101.250	72.801
AP	54.027	58.020	66.385	61.357
RA	138.478	116.126	128.200	105.956
RB	218.245	227.657	233.442	211.637
S/C	38.452	6.841	5.347	12.184
GR	16.307	16.604	19.844	12.344
Alrededores	47.141	49.203	54.770	53.610
Principales Destinos	335.082	271.563	250.235	253.627
Cafayate	209.890	148.874	142.416	126.016
Cachi	53.382	43.949	36.544	29.539
Rosario de la Frontera	32.594	36.703	43.457	52.426
Coronel Moldes	27.884	37.401	23.844	42.138
San Antonio de los Cobres	11.333	4.636	4.443	3.336
Resto de la Provincia*	168.270	175.143	161.590	226.010
Subtotal	1.478.117	1.393.227	1.381.850	1.357.677
Estimación de la cantidad de turistas que se hospedaron en casas de familiares, camping y otros	200.906	125.291	125.232	123.229
Cantidad Total de arribos	1.679.023	1.518.517	1.507.082	1.480.906

*A partir del año 2.013 la localidad Iruya se incorpora a la región Resto de la Provincia, razón por la cual, se verán modificaciones en los totales de dicha región y en Principales destinos pero no en el total acumulado para los años anteriores.

Gráfico N°8: Comparación de Arribos entre los años 2.009 y 2.013



CAPITULO 3.

GASTO TURISTICO E IMPACTO ECONOMICO

El gasto promedio diario turístico (GPDT) comprende todo gasto de consumo de bienes y servicios efectuado por un turista o por cuenta de un turista durante su estadía en el lugar visitado. Excluye el valor del transporte de arribo y salida de la provincia, pero incluye el valor del transporte dentro de la misma. Se considera Julio como mes de referencia

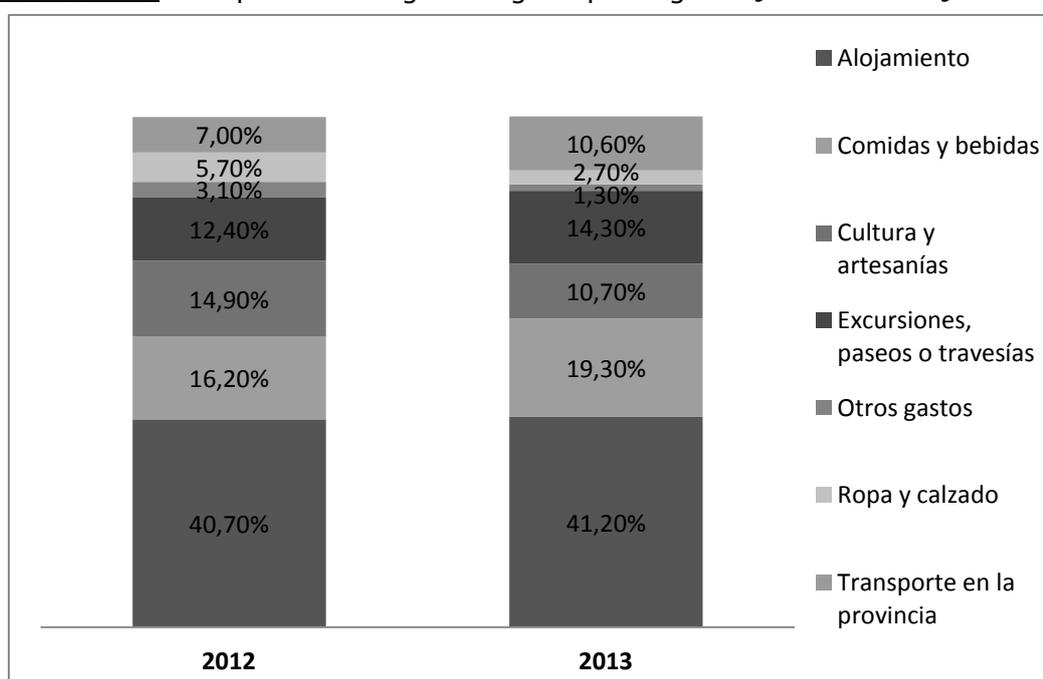
Cuadro N°15: Gasto promedio diario por turista

	jul-13	jul-12	jul-11	Jul-10
Gasto promedio diario general en \$	\$ 572	\$ 483	\$ 405	\$ 315
Gasto promedio diario general en U\$D	USD 104,06	USD 111,26	USD 98,06	USD 80,09

La siguiente tabla muestra el GPDT de Julio de 2013 por localidad y su composición:

Localidad	Gasto diario x Turista	Alojamiento	Comidas y bebidas	Culturas y artesanías	Excursiones	Otros	Ropa y calzado	Transporte
Salta Capital	\$ 585	41,5%	18,4%	10,8%	15,3%	1,3%	2,7%	9,9%
San Lorenzo	\$ 704	31,2%	19,9%	9,3%	9,4%	6,1%	7%	13,9%
Cachi	\$ 206	40,5%	20,2%	13,1%	8,8%	0,6%	1,2%	15,5%
S. A. de los Cobres	\$ 483	25,3%	19,6%	12,3%	23,4%	0,1%	1,6%	17,8%
Rosario de la Frontera	\$ 573	41,8%	14,3%	2,4%	15,9%	0,2%	1,7%	23,7%
Cafayate	\$ 351	35,3%	36,3%	15,6%	6,8%	0,3%	0,2%	5,4%
Cnel. Moldes	\$ 379	33,3%	20,2%	16,3%	6,8%	1,9%	5,4%	16%

Gráfico N° 9: Composición del gasto según tipo de gasto. Julio 2013 vs. Julio 2012



CAPITULO 4.

PERFIL DEL TURISTA – GENERAL DE LA PROVINCIA

Para poder elaborar el perfil del turista que visita la Provincia de Salta, el Ministerio de Cultura y Turismo realiza el Relevamiento en la Vía Pública tres veces al año durante las temporadas de Verano, Semana Santa e Invierno del cual se desprende la siguiente información cualitativa.

4.1. Origen de los turistas

Cuadro N°16: Origen del turista por temporada

	Verano	Semana Santa	Invierno
Nacionales	88%	92%	92%
Extranjeros	12%	8%	8%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

Cuadro N°17: Origen del turista por mes

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Nacionales	81%	84%	80%	84%	88%	91%	92%	88%	91%	91%	81%	79%	86%
Extranjeros	19%	16%	20%	16%	12%	9%	8%	12%	9%	9%	19%	21%	14%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Cuadro N°18: Proporción de turistas nacionales según principales provincia emisoras de turistas a la Provincia de Salta

Provincias	Verano	Semana Santa	Invierno	2013	2012
Buenos Aires y Capital	41,4%	30,7%	32,7%	38,8%	42,6%
Córdoba	8,2%	17,3%	15,6%	12,8%	9,57%
Tucumán	15,5%	8,1%	5,8%	10,1%	6,23%
Santa Fe	3,9%	7,2%	13,3%	8,7%	10,43%
Salta	7,7%	2,8%	5,3%	6%	7,23%
Jujuy	3,6%	5,3%	2,4%	3,3%	2,77%
Catamarca	3,4%			1,9%	3,60%
Santiago del Estero	1,8%	1,9%	1,1%	1,5%	1,9%
Formosa	1,9%		1,2%	1,5%	2,83%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

Cuadro N°19: Proporción de turistas extranjeros según país de origen

Países	Verano	Semana Santa	Invierno	2013	2012
Bolivia	23,5%	16,2%	20,4%	22,2%	10%
Francia	6,6%	13,5%	14,1%	10,5%	11,2%
Chile	11,7%	5,4%	7%	9,3%	10,9%
Brasil	6,1%	5,4%	7%	6,3%	5%
EEUU	3,6%	5,4%		5,6%	6,7%
Alemania	7,1%			4,8%	7,6%
Paraguay	5,6%	5,4%	2,8%	4,5%	2,5%
Suiza	5,1%	5,4%		4%	3,1%
España	5,1%			3,7%	7,2%
Australia	4,5			2,9%	4,1%
General	12%	8%	8%	9%	16%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

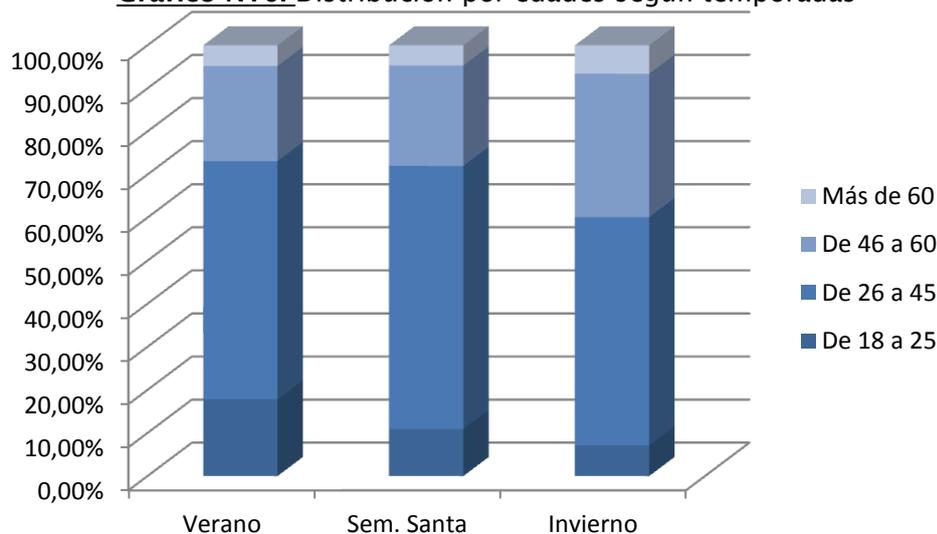
4.2. Edades

Cuadro N°20: Distribución por edades según temporada

Edad	Verano	Sem. Santa	Invierno	2013	2012
De 18 a 25	17,8%	10,9%	7,1%	12,1%	13,8%
De 26 a 45	55,3%	61,1%	53,0%	54,9%	46,6%
De 46 a 60	22,1%	23,3%	33,3%	27,3%	29,9%
Más de 60	4,9%	4,7%	6,7%	5,7%	9,6%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

Grafico N10: Distribución por edades según temporadas



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

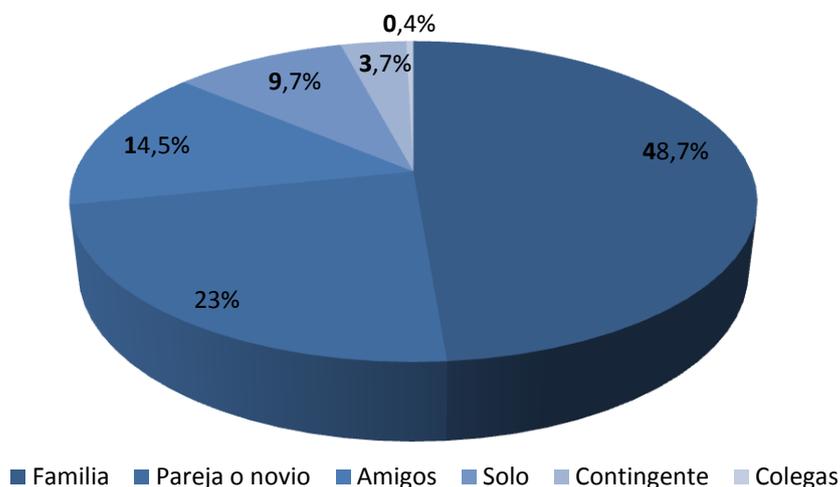
4.3. Tipo del Grupo del Viaje

Cuadro N°21: Composición del grupo de viaje según temporada

Acompañante	Verano	Sem. Santa	Invierno	2013	2012
Familia	42,5%	49,4%	54,2%	48,7%	44,3%
Pareja o novio	25,6%	26,1%	19,5%	23%	24,3%
Amigos	18,4%	14,6%	10,7%	14,5%	14,7%
Solo	12,2%	7,1%	8%	9,7%	12,5%
Contingente	0,9%	2,8	6,6%	3,7%	4%
Colegas	0,3%		0,9%	0,4%	0,2%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

Gráfico N°11: Composición del grupo de viaje. Año 2013



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°22: Lo mejor de Salta*

	Verano	Semana Santa	Invierno	General
Relacionados a la naturaleza	24%	4,5%	6,6%	13,7%
Relacionados al patrimonio arquitectónico y cultural	27%	27,8%	21,3%	24,6%
Relacionados a la tranquilidad, amabilidad & hospitalidad	23%	19,4%	23,4%	22,7%
Todo	16%	7,3%	9,8%	12,1%
Oferta turística	8%	8,8%	9,6%	8,8%
Relacionado a la Cultura y los Museos	7,4%	35,6	34,1%	22,83

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple

CAPITULO 5.

PERFIL DEL TURISTA – POR LOCALIDADES

Las siguientes características de los turistas que pernoctan en localidades de la Provincia, son resultados de las encuestas realizadas en la vía pública durante el 2.013, en la siguiente proporción:

	Verano	Semana Santa	Julio	Octubre	Total Año
Salta	878	535	976	377	2.766
Cafayate	278	97	242	100	717
Cachi	86	48	93	47	274
Coronel Moldes	46	24	55		125
Metán	38	25	40	44	147
Rosario de la Frontera	44	29	50		123
San Antonio de los Cobres	38	24	37		99
San Lorenzo	96	44	106		246
Total	1.504	837	1.629	568	5.063

5.1. SALTA CAPITAL

Cuadro N°23: Proporción de turistas nacionales según provincia de origen en Salta Capital

Provincia	Verano	Semana Santa	Julio	General
Buenos Aires	29,1%	14,6%	21,3%	22,7%
Córdoba	8,5%	17,6%	18,7%	15,1%
Capital Federal	19,2%	16,8%	5,7%	12,2%
Santa Fe	4,4%	7,2%	16,7%	10,9%
Tucumán	12,6%	8,4%	5,6%	8,5%
Mendoza	1,3%	2,7%	7,5%	4,6%
Jujuy	4,3%	5,2%	1,9%	3,3%
Chaco	1,7%	5,9%	2,3%	2,7%
Corrientes	1,9%	3,2%	2,2%	2,3%
Salta	1,7%	0,5%	1,6%	1,4%
Resto del País	15,3%	17,9%	16,5%	16,5%

Cuadro N°24: Composición del grupo de viaje según temporada en Salta Capital

Grupo	Verano	Semana Santa	Julio	General
Familia	42,2%	50,1%	57,5%	50,9%
Pareja o novio	26,6%	26,1%	17,6%	22,2%
Amigos	17,2%	14,2%	11%	13,8%
Solo	12,9%	6,4%	6,4%	8,7%
Contingente	0,9%	3,2%	7%	4%
Colegas	0,2%		0,5%	0,4%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°25: Motivo principal de viaje

	Verano	Semana Santa	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	83,4%	88,5%	88,3%	86,6%
Visitas a familiares o amigos	12,4%	9,1%	8,2%	9,8%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	3%	0,5%	1,5%	1,8%
Participación en eventos		1%	1%	0,6%
Motivos religiosos	0,4%	0,5%	0,3%	0,4%
Salud	0,2%	0,2%	0,5%	0,4%
Estudio	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%
Otros	0,5%			0,2%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°26: Actividades realizadas

	Verano	Semana Santa	Julio	General
Culturales				
Peñas folclóricas	56,7%	39,3%	39,7%	45,2%
Visitas a museos o Iglesias	70,8%	60,5%	56,3%	62,5%
Ferias o exposición de artesanías	49,0%	29,0%	24,0%	34,0%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	6,2%	0,7%	4,5%	3,8%
Turismo de aventura				
Trekking	1,7%	0,7%	0,9%	1,1%
Cabalgata		0,2%		0,2%
Otra actividad de turismo alternativo		0,2%	4,7%	2,5%
Paseos en teleférico	68,0%	72,6%	74,4%	71,7%
Asistir a un evento deportivo	1,1%			1,1%
Asistir a un evento deportivo	1,1%			1,1%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°27: Medio de transporte empleado para llegar al destino

	Verano	Semana Santa	Julio	General
Automóvil particular	38,2%	50,8%	58,1%	49,9%
Ómnibus de línea regular	36,6%	23,1%	17,7%	25,3%
Transporte aéreo	22,3%	23,3%	15,9%	19,4%
Ómnibus alquilado	0,8%	1,1%	7%	3,8%
Automóvil alquilado	1%	0,7%	0,9%	0,9%
Otros	1,1%	1%	0,4%	0,7%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°28: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

	Verano	Semana Santa	Julio	General
Si	37%	41,4%	39,1%	38,8%
No	63%	58,6%	60,9%	61,2%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°29: Percepción de los turistas de Salta Capital

Satisfacción	Verano	Semana Santa	Julio	General
Satisfacción general	1,52	1,46	1,57	1,53
Satisfacción de Precios	2,80	2,89	2,97	2,89

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°30: Porcentaje de turistas según percepción sobre Lo mejor de la Localidad*

Lo mejor	Verano	Semana Santa	Julio	General
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	30,3%	28,3%	32,1%	30,2%
Casco histórico / arquitectura / edificios	32,0%	32,9%	24,2%	29,7%
Lugares Turísticos	2,2%	40,3%	33,4%	25,3%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	29,7%	8,5%	8,6%	15,6%
Todo	16,0%	7,2%	8,6%	10,6%
Cultura/ museos	9,5%	6,8%	8,8%	8,4%
Ofertas turísticas, eventos	6,7%	6,0%	8,3%	7,0%
Calidad de los servicios	1,9%	5,8%	2,1%	3,3%
Limpieza	3,2%	3,6%	2,1%	3,0%
Peñas folklóricas / Pub	2,5%	1,0%	2,4%	2,0%
Infraestructura	1,6%	1,0%	1,2%	1,3%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°31: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que Cambiaría	Verano	Semana Santa	Julio	General
Limpieza	15,8%	24,8%	33,7%	24,8%
Infraestructura y mantenimiento	12,3%	20,2%	15,5%	16,0%
Oferta turística	14,9%	17,4%	14,7%	15,7%
Calidad de servicios /calidad de atención	11,4%	9,2%	13,0%	11,2%
Señalizar	8,3%	11,9%	11,4%	10,5%
Información Turística	9,0%		11,4%	10,2%
Tránsito	19,5%	1,8%	2,9%	8,1%
Precios	8,8%	6,4%	4,8%	6,7%
Nada	9,6%		1,2%	5,4%
Rutas y caminos	3,3%	1,8%	0,6%	1,9%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Semana Santa	Julio
GDPT	\$ 433,78	\$ 517,59	\$ 585,12

VALLES CALCHAQUIES

5.2. Cafayate

Cuadro N°32: Proporción de turistas nacionales según provincia de origen en Cafayate

Provincia	Verano	Semana Santa	Julio	General
Buenos Aires	20,6%	30,6%	33,9%	25,0%
Tucumán	22,7%	8,3%	4,9%	16,8%
Córdoba	8,8%	19,4%	16,7%	11,7%
Capital Federal	13,6%	2,8%	7,4%	11,2%
Salta	11,2%	-	8,6%	9,8%
Santa Fe	3,7%	5,6%	11,7%	6,1%
Catamarca	4,8%	-	1,2%	3,5%
Mendoza	2,9%	-	1,2%	2,3%
Jujuy	1,6%	5,6%	1,9%	1,9%
Chaco	0,5%	5,6%	3,1%	1,6%
Entre Ríos	0,8%	-	3,1%	1,4%
Santiago del Estero	1,8%	-	-	1,2%
Corrientes	0,8%	-	2,5%	1,2%
Formosa	1,1%	2,8%	1,2%	1,2%
Misiones	0,5%	2,8%	1,9%	1,1%
Otras Provincias	4,6%	16,5%	0,7%	4,0%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°33: Composición del grupo de viaje según temporada en Cafayate

Grupo	Verano	Semana Santa	Julio	General
Familia	42,5%	43,9%	46,1%	46,1%
Pareja o novio	24,2%	26,8%	23,7%	23,7%
Amigos	21%	17,1%	17,9%	17,9%
Solo	10,7%	9,8%	6,3%	9,4%
Contingente	1%	2,4%	1,6%	1,6%
Colegas	0,6%	-	4,4%	1,3%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°34: Motivo principal de viaje

Motivo	Verano	Semana Santa	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	84,7%	90,3%	93,7%	87,7%
Visitas a familiares o amigos	7,7%	9,7%	2,3%	6,3%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	2,8%	-	4%	2,9%
Participación en eventos	2%	-	-	1,3%
Belleza, bienestar	1%	-	-	0,7%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°35: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Cafayate

Actividades	Verano	Semana Santa	Julio	General
Culturales				
Ferias o exposición de artesanías	49,90%	95,10%	30,60%	58,5%
Visitas a museos o Iglesias	53,40%	61%	24,10%	46,2%
Peñas folclóricas	42,80%	2,40%	14,70%	20,0%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	22,70%		1,20%	12,0%
Turismo de aventura				
Trekking	20,2%	14,6%	0,6%	11,8%
Cabalgata	6,5%	39%	-	22,8%
Otra actividad de turismo alternativo	14,1%	9,8%	12,9%	12,3%
Experiencias vinculadas al mundo del vino	44,8%	87,8%	79,4%	70,7%
Turismo rural	-	12,2%	1,8%	7%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°36: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Semana Santa	Julio	General
Automóvil particular	57,5%	61,0%	70,3%	62,9%
Ómnibus de línea regular	29,3%	26,8%	10,3%	22,1%
Transporte aéreo	7,5%	9,8%	4,6%	7,3%
Ómnibus alquilado	0,8%	2,4%	11,4%	4,9%
Automóvil alquilado	2,5%		3,4%	3,0%
Otro	2,5%			2,5%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°37: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Semana Santa	Julio	General
Si	49,6%	41,5%	69,5%	53,5%
No	50,4%	58,5%	30,5%	46,5%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°38: Percepción de los turistas de Salta Capital

Satisfacción	Verano	Semana Santa	Julio	General
Satisfacción general	1,71	1,93	1,43	1,69
Satisfacción de Precios	2,92	3,08	3,10	3,04

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°39: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Semana Santa	Julio	General
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	30,8%	30,8%	27,6%	29,7%
Casco histórico / arquitectura / edificios	28,6%	28,2%	18,4%	25,1%
Lugares Turísticos	3,6%	33,3%	38,0%	25,0%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	40,7%	7,7%	7,4%	18,6%
Todo	16,8%	10,3%	16,0%	14,3%
Ofertas turísticas, eventos	4,9%	5,1%	15,3%	8,5%
Cultura/ museos	4,7%		3,7%	4,2%
Limpieza	3,6%		1,2%	2,4%
Peñas folklóricas / Pub	2,5%	2,6%	0,6%	1,9%
Infraestructura	1,4%		1,8%	1,6%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°40: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en Cafayate

Lo que Cambiaría	Verano	Semana Santa	Julio	General
Limpieza	17,2%	12,5%	30,6%	20,1%
Calidad de servicios /calidad de atención	20,1%	12,5%	22,4%	18,4%
Oferta turística	21,3%	25,0%	6,1%	17,5%
Tránsito	16,0%		6,1%	11,0%
Infraestructura y mantenimiento	8,9%	12,5%	10,2%	10,5%
Precios	8,3%	12,5%	10,2%	10,3%
Señalizar	8,9%	12,5%	6,1%	9,2%
Información Turística	6,5%	12,5%	8,2%	9,1%
Nada	3,0%	12,5%	4,1%	6,5%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Semana Santa	Julio
GDPT	\$ 350	\$ 556	\$ 351

5.3. Cachi:

Cuadro N°41: Composición del grupo de viaje según temporada en Cachi

Grupo	Verano	Semana Santa	Julio	General
Familia	39,0%	46,4%	44,2%	43,2%
Pareja o novio	26,0%	25,0%	21,1%	24,0%
Solo	14,0%	14,3%	13,7%	14,0%
Amigos	19,0%	14,3%	8,4%	13,9%
Contingente	2,0%		12,6%	7,3%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°42: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Cachi

Actividades	Verano	Semana Salta	Julio	General
Culturales				
Peñas folclóricas	29,3%	3,6%	25,8%	19,6%
Visitas a museos o Iglesias	42,4%	42,9%	72,0%	52,4%
Ferias o exposición de artesanías	11,1%	10,7%	64,5%	28,8%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	2,0%		2,2%	2,1%
Turismo de aventura				
Trekking			4,3%	4,3%
Cabalgata		3,6%		3,6%
Otra actividad de turismo alternativo	9,1%		1,1%	5,1%
Experiencias vinculadas al mundo del vino	1,0%	3,6%		2,3%
Turismo rural		3,6%		3,6%
Caminar por el pueblo	98,0%	92,9%	96,8%	95,9%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°43: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Semana Santa	Julio	General
Automóvil particular	51%	67,9%	43,2%	48,8%
Ómnibus de línea regular	36%	21,4%	34,7%	33,6%
Ómnibus alquilado	2%	3,6%	11,6%	6,3%
Transporte aéreo	2%	3,6%	9,5%	5,4%
Automóvil alquilado	7%			3,1%
Otro	2%	3,5%	1%	2,8%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°44: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Semana Santa	Julio	General
Si	39,0%	10,7%	53,2%	41,4%
No	61,0%	89,3%	46,8%	58,6%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°45: Percepción de los turistas de Cachi

Satisfacción	Verano	Semana Santa	Julio	General
Satisfacción general	1,54	1,58	1,39	1,50
Satisfacción de Precios	2,91	2,93	2,95	2,93

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°46: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Julio	General
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	43,0%	5,8%	24,4%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	37,6%	34,9%	36,3%
Todo	12,9%	11,6%	12,3%
Casco histórico / arquitectura / edificios	40,9%	22,1%	31,5%
Ofertas turísticas, eventos	8,6%	5,8%	7,2%
Limpieza		1,2%	0,6%
Cultura/ museos	4,3%	1,2%	2,7%
Infraestructura	1,1%		0,5%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°47: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que cambiaría	Verano	Julio	General
Limpieza	5,9%	32,6%	19,2%
Infraestructura y mantenimiento	9,8%	26,1%	17,9%
Señalizar	19,6%	15,2%	17,4%
Tránsito	29,4%		14,7%
Oferta turística	15,7%	10,9%	13,3%
Información Turística	15,7%	8,7%	12,2%
Precios	19,6%		9,8%
Calidad de servicios /calidad de atención	7,8%	10,9%	9,4%
Rutas y caminos	3,9%	2,2%	3,0%
Nada		2,2%	1,1%
Servicios de transporte	2,0%		1,0%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Semana Santa	Julio
GDPT	\$ 285	\$ 239	\$ 206

PUNA

5.4. San Antonio de los Cobres

Cuadro N°48: Composición del grupo de viaje según temporada en San Antonio de los Cobres

Grupo	Verano	Julio	General
Familia	32,7%	34,3%	33,3%
Pareja o novio	33,9%	22,9%	28,0%
Amigos	24,2%	11,4%	17,4%
Solo	8,1%	14,3%	11,4%
Contingente		14,2%	7,6%
Colegas	1,1%	2,9%	2,3%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°49: Motivo principal de viaje

Motivo	Verano	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	77,4%	82,9%	80,3%
Visitas a familiares o amigos	16,1%	10,0%	12,9%
Participación en eventos	3,2%		1,5%
Otros	3,3%	7,1%	5,3%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°50: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en la Localidad

Actividades	Verano	Julio	General
Culturales			
Peñas folclóricas	7%	15%	11%
Visitas a museos o Iglesias	37%	42%	39%
Ferias o exposición de artesanías	90%	12%	51%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	2%		1%
Turismo de aventura	10%	15%	12%
Caminar por el pueblo	100%	97%	99%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°51: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Julio	General
Automóvil particular	72,6%	40%	55,3%
Ómnibus alquilado		37,1%	19,7%
Ómnibus de línea regular	19,4%	11,4%	15,2%
Transporte aéreo	4,8%	7,1%	6,1%
Automóvil alquilado	3,2%	1,4%	2,3%
Otros		3%	1,4%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°52: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Julio	General
Si	66,1%	27,1%	45,5%
No	33,9%	72,9%	54,5%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°53: Percepción de los turistas de San Antonio de los Cobres

Satisfacción	Verano	Julio	General
Satisfacción general	1,94	1,39	1,66
Satisfacción de Precios	2,40	2,90	2,65

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°54: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Julio	General
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	33%	57%	45%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	40%	14%	27%
Casco histórico / arquitectura / edificios	38%	16%	27%
Cultura/ museos	8%	6%	7%
Todo	8%	4%	6%
Ofertas turísticas, eventos	7%	6%	6%
Infraestructura	3%		2%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°55: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que Cambiaría	Verano	Julio	General
Limpieza	22%	36%	29%
Oferta turística	13%	16%	14%
Señalizar	22%	7%	14%
Información Turística	13%	9%	11%
Precios	17%	5%	11%
Calidad de servicios /calidad de atención	9%	11%	10%
Rutas y caminos	4%	2%	3%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Julio
GPDT	\$ 393	\$ 483

VALLE DE LERMA

5.5. Coronel Moldes

Cuadro N°56: Composición del grupo de viaje según temporada en la Localidad

Grupo	Verano	Julio	General
Familia	70,6%	53,3%	59,0%
Pareja o novio	19,6%	19,1%	19,2%
Amigos	5,9%	11,4%	9,6%
Solo	3,9%	11,4%	9,0%
Contingente		3,8%	2,6%
Colegas		1,0%	0,6%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°57: Motivo principal de viaje

Motivo	Verano	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	92,2%	83,8%	86,5%
Visitas a familiares o amigos	2,0%	11,4%	8,3%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	3,9%	2,9%	3,2%
Participación en eventos		1,0%	0,6%
Motivos religiosos		1,0%	0,6%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°58: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Coronel Moldes

Actividades	Verano	Julio	General
Culturales			
Peñas folclóricas	6%	37%	21%
Visitas a museos o Iglesias	24%	55%	40%
Ferias o exposición de artesanías	14%	34%	24%
Turismo de aventura			
Trekking	6%	2%	4%
Cabalgata	6%	10%	8%
Otra actividad de turismo alternativo	18%	15%	16%
Caminar por el pueblo	70%	94%	82%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°59: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Julio	General
Automóvil particular	56,9%	59,1%	58,3%
Ómnibus de línea regular	37,3%	28,6%	31,4%
Transporte aéreo	5,9%	5,7%	5,8%
Ómnibus alquilado		5,7%	3,9%
Otros		1,0%	0,6%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°60: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Julio	General
Si	29,4%	44,8%	39,7%
No	70,6%	55,2%	60,3%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°61: Percepción de los turistas de Coronel Moldes

Satisfacción	Verano	Julio	General
Satisfacción general	1,77	1,39	1,58
Satisfacción de Precios	2,99	2,97	2,98

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°62: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Julio	General
Todo	10,9%	13,1%	12,0%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	30,4%	14,3%	22,4%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	37,0%	35,7%	36,3%
Casco histórico / arquitectura / edificios	30,4%	16,7%	23,6%
Cultura/ museos	10,9%	3,6%	7,2%
Lugares turísticos	6,5%	33,3%	19,9%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°63: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que Cambiaría	Verano	Julio	General
Limpieza	21,9%	42,9%	32,4%
Oferta turística	15,6%	17,9%	16,7%
Información Turística	9,4%	14,3%	11,8%
Precios	15,6%	7,1%	11,4%
Señalizar	6,3%	14,3%	10,3%
Calidad de servicios /calidad de atención		7,1%	3,6%
Tránsito	6,3%		3,1%
Rutas y caminos	3,1%		1,6%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
 *Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Julio
GPDT	\$ 271	\$ 379

SUR HISTORICO

5.6. Rosario de la Frontera

Cuadro N°64: Composición del grupo de viaje según temporada en la Localidad

Grupo	Verano	Julio	General
Familia	34%	36%	35,3%
Pareja o novio	28%	33%	31,3%
Solo	14%	19%	17,3%
Amigos	24%	8%	13,3%
Colegas		2%	2,8%
Contingente		2%	1,3%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°65: Motivo principal de viaje

Motivo	Verano	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	76%	73%	74,0%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	2%	16%	11,5%
Visitas a familiares o amigos	22%	6%	11,3%
Estaba de paso		4%	2,5%
Belleza, bienestar		1%	0,7%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°66: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Rosario de la Frontera

Actividades	Verano	Julio	General
Culturales			
Peñas folclóricas	13%	6%	9%
Visitas a museos o Iglesias	46%	6%	26%
Ferias o exposición de artesanías	65%	4%	34%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	6%		3%
Turismo de aventura			
Trekking	65%	13%	39%
Cabalgata	23%	4%	13%
Otra actividad de turismo alternativo	2%		1%
Caminar por el pueblo o ciudad	94%	88%	91%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°67: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Julio	General
Automóvil particular	36%	62%	53,3%
Ómnibus de línea regular	36%	18%	24,0%
Transporte aéreo	28%	1%	10,0%
Ómnibus alquilado		16%	10,7%
Otro		3%	2%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°68: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Julio	General
Si	51%	72%	58%
No	49%	28%	42%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°69: Percepción de los turistas de Rosario de la Frontera

Satisfacción	Verano	Julio	General
Satisfacción general	1,84	1,53	1,69
Satisfacción de Precios	3,06	2,49	2,77

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°70: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Julio	General
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	31%	59%	44,9%
Todo	29%	20%	24,3%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	33%		16,7%
Casco histórico / arquitectura / edificios	8%	5%	6,6%
Ofertas turísticas, eventos	4%	7%	5,7%
Cultura/ museos	8%		4,2%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°71: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que Cambiaría	Verano	Julio	General
Infraestructura y mantenimiento	7%	55%	30,6%
Limpieza	20%	41%	30,5%
Señalizar	27%	14%	20,2%
Calidad de servicios /calidad de atención	27%	9%	17,9%
Precio	20%		10,0%
Información Turística	7%	9%	7,9%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Julio
GPDT	\$ 439	\$ 537

CAPITULO 6.

CUADROS ADICIONALES SOBRE EL PERFIL DEL TURISTA DE RESIDENCIA EN EL EXTRANJERO

Nota: Se toman los países de mayor participación en la encuesta a Turistas en la vía pública de la Temporadas 2013

Verano

Cuadro N°72: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según Tiempo de ingreso a la Localidad

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	Francia	Alemania
Dos noches y una semana	50%	63%	45%	44%	46%	64%
Un día y una noche	50%	32%	36%	56%	38%	14%
Una semana a un mes		5%	9%		8%	21%
Más de un mes			9%		8%	

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°73: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según organización grupo de viaje

¿Con quién viaja?	Residencia habitual- País					
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	Francia	Alemania
Familia	70%	32%	18%	11%	15%	14%
Pareja o novio	13%	32%	27%	22%	38%	29%
Amigos	15%	26%	18%	22%	23%	29%
Solo	3%	11%	27%	11%	23%	21%
Contingente			9%	33%		
Colegas						7%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°74: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según motivo principal del viaje

¿Con quién viaja?	Residencia habitual- País					
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	Francia	Alemania
Ocio, esparcimiento o recreación	75%	89%	91%	89%	85%	93%
Visitas a familiares o amigos	20%	11%			8%	7%
Participación en eventos	5%			11%		
Salud					8%	
Trabajos, negocios, motivos profesionales			9%			

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°75: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según fidelidad con la Provincia

	Residencia habitual- País					
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	Francia	Alemania
No	60%	68%	82%	67%	92%	64%
Si	40%	32%	18%	33%	8%	36%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°76: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según medio de transporte utilizado para ingresar a la Provincia

	Residencia habitual- País					
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	Francia	Alemania
Ómnibus de línea regular	52,5%	52,6%	27,3%	55,6%	30,8%	42,9%
Automóvil particular	42,5%	36,8%	36,4%	33,3%	7,7%	7,1%
Transporte aéreo	5,0%	5,3%	9,1%		30,8%	35,7%
Automóvil alquilado			9,1%		23,1%	14,3%
Ómnibus alquilado			9,1%	11,1%		
Casa Rodante					7,7%	
Moto			9,1%			
Otro		5,3%				

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Semana Santa

Cuadro N°77: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según tiempo de ingreso a la Localidad

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	Uruguay	Francia
Dos noches y una semana	66,70%	50,00%	50,00%		75,00%
Un día y una noche	16,70%	50,00%	50,00%	100,00%	
Una semana a un mes	0,167				0,25

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°78: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según organización grupo de viaje

	Residencia habitual- País				
	Bolivia	Chile	Brasil	Uruguay	Francia
Familia	66,70%			50,00%	25,00%
Amigos	16,70%		100,00%		50,00%
Contingente				50,00%	
Pareja o novio	16,70%	100,00%			
Solo					25,00%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°79: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según motivo principal del viaje

	Residencia habitual- País				
	Bolivia	Chile	Brasil	Uruguay	Francia
Ocio, esparcimiento o recreación	61,50%	94,10%	100,00%	93,30%	88,90%
Visitas a familiares o amigos	7,70%	5,90%			
Trabajos, negocios, motivos profesionales	23,10%			6,70%	11,10%
Participación en eventos	7,70%				

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°80: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según criterio de elección del lugar a viajar

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	Uruguay	Francia
Paisajes y naturaleza	33,3%	0,0%	50,0%	83,3%	100,0%
Cultura	16,7%	0,0%	50,0%	66,7%	50,0%
Contacto con la naturaleza	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	75,0%
Recomendación	33,3%	50,0%	50,0%	33,3%	25,0%
Conocer el Norte Argentino	33,3%	50,0%	100,0%	0,0%	0,0%
le gusta la provincia	50,0%	0,0%	0,0%	16,7%	25,0%
Proximidad	16,7%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Entretenimientos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°81: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según fidelidad con la Provincia

	Residencia habitual- País				
	Bolivia	Chile	Brasil	Uruguay	Francia
Si	50,00%	100,00%	100,00%	83,30%	100,00%
No	50,00%			16,70%	

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°82: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según medio de transporte utilizado para ingresar a la Provincia

	Residencia habitual- País				
	Bolivia	Chile	Brasil	Uruguay	Francia
Ómnibus de línea regular	50%	50%	100%	17%	25%
Automóvil particular	50%	50%		17%	
Ómnibus alquilado				67%	
Transporte aéreo					50%
Automóvil alquilado					25%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°83: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según percepción de lo mejor

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	Uruguay	Francia
Casco histórico / arquitectura / edificios	0%	0%	50%	17%	25%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	0%	0%	0%	17%	0%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	17%	0%	0%	17%	0%
Cultura/ museos	17%	0%	0%	0%	0%
Calidad de los servicios	0%	0%	0%	17%	0%
Limpieza	0%	100%	0%	0%	0%
Todo	17%	0%	50%	0%	25%
Lugares Turísticos	67%	100%	0%	17%	50%
Ofertas turísticas, eventos	0%	0%	0%	17%	0%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Invierno

Cuadro N°84: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según Tiempo de ingreso a la Localidad

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	EEUU	Francia
Dos noches y una semana	74,1%	33,3%	42,9%	30,0%	35,7%
Un día y una noche	25,9%	55,6%	57,1%	50,0%	57,1%
Una semana a un mes		11,1%		20,0%	7,1%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°85: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según motivo principal del viaje

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	EEUU	Francia
Ocio, esparcimiento o recreación	70,4%	88,9%	85,7%	90,0%	100,0%
Visitas a familiares o amigos	18,5%		14,3%		
Trabajos, negocios, motivos profesionales	7,4%	11,1%			
Salud	3,7%				
Estudio				10,0%	

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°86: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según criterio de elección del lugar a viajar

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	EEUU	Francia
Le gusta la provincia	51,9%	12,5%	71,4%	10,0%	14,3%
Paisajes y naturaleza	11,1%	12,5%	14,3%	50,0%	28,6%
Conocer el Norte Argentino	11,1%	50,0%	14,3%	10,0%	35,7%
Cultura	11,1%	12,5%		40,0%	35,7%
Proximidad	14,8%	12,5%			7,1%
Recomendación	7,4%	25,0%		10,0%	7,1%
Contacto con la naturaleza	3,7%		14,3%	20,0%	7,1%
Trabajo / Negocios	11,1%				
Estaba de paso	3,7%			20,0%	
Entretenimientos		12,5%			7,1%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°87: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según fidelidad con la Provincia

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	EEUU	Francia
No	44,4%	77,8%	42,9%	90,0%	92,9%
Si	55,6%	22,2%	57,1%	10,0%	7,1%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°88: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según medio de transporte utilizado para ingresar a la Provincia

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	EEUU	Francia
Ómnibus de línea regular	55,6%	22,2%	28,6%	30,0%	35,7%
Automóvil particular	40,7%	66,7%	42,9%		7,1%
Transporte aéreo	3,7%	11,1%	14,3%	70,0%	42,9%
Automóvil alquilado					14,3%
Ómnibus alquilado			14,3%		

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°89: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según percepción de lo mejor

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Brasil	Francia	España	Alemania
Lugares Turísticos	28,0%	33,3%	28,6%	60,0%	42,9%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	16,0%	44,4%	57,1%	40,0%	35,7%
Casco histórico / arquitectura / edificios	20,0%	22,2%	28,6%	10,0%	7,1%
Cultura/ museos	16,0%	11,1%		10,0%	
Ofertas turísticas, eventos			14,3%	20,0%	14,3%
Peñas folklóricas / Pub	12,0%				7,1%
Limpieza	8,0%		14,3%		
Todo	4,0%	11,1%			7,1%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	4,0%				7,1%
Calidad de los servicios	4,0%				

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°90: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según percepción de lo que se debería cambiar

	Residencia habitual - País				
	Bolivia	Chile	Brasil	EEUU	Francia
Limpieza	33%			17%	25%
Oferta turística	22%	25%		33%	
Infraestructura y mantenimiento		75%		17%	25%
Precios	11%			17%	25%
Señalizar			33%	17%	25%
Calidad de servicios /calidad de atención	22%			17%	
Nada			33%		
Rutas y caminos	11%				
Información Turística			33%		

Residencia habitual- País	Gasto (\$)
Bolivia	419,84
Chile	581,31
Brasil	805,63
EEUU	434,69
Francia	496,96

INFORMACION COMPLEMENTARIA

Museo de la Vid y el Vino

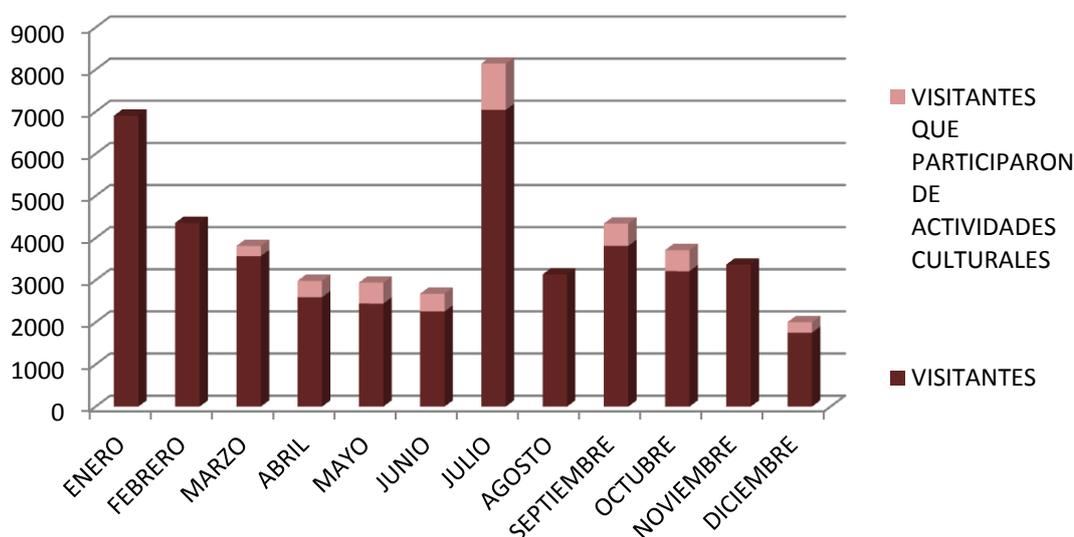
En el año 2011 se inauguró en la ciudad de Cafayate el Museo de la Vid y el Vino el cual ofrece una muestra dinámica e interactiva de la historia y características propias de la región Calchaquí y los vinos de Altura, el cual no solo intenta ser un atractivo turístico de primer nivel sino también un excelente centro cultural de Cafayate.

Cuadro N°91: Visitas al Museo de la Vid y el Vino, Años 2012 y 2013

	2012	2013	VARIACION
TOTAL DE VISITAS	36.771	48.420	1%

Fuente: Museo de la Vid y el Vino - Dirección General

Gráfico N° 12: Cantidad de visitantes al museo, año 2013 por mes



Fuente: Museo de la Vid y el Vino - Dirección General

Cuadro N° 92: Proporción de visitante al museo y a eventos culturales sobre el total de visitas, año 2013

	TOTAL	Proporción
VISITANTES	44.493	92%
VISITANTES QUE PARTICIPARON DE ACTIVIDADES CULTURALES	3.927	8%
TOTAL	48.420	

Fuente: Museo de la Vid y el Vino - Dirección General

Museo de Arqueología de Alta Montaña

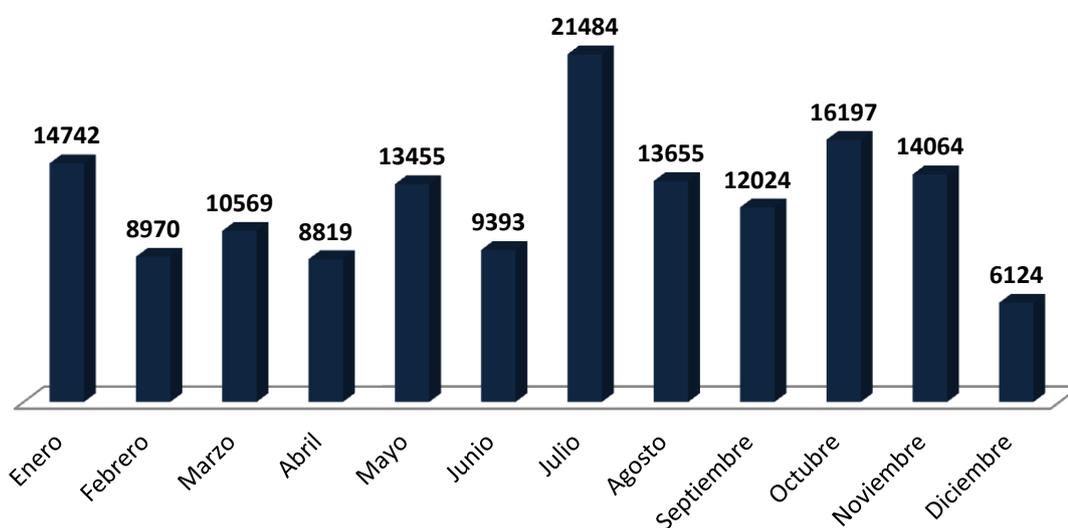
Mediante un moderno sistema de criopreservación intenta preservar y al mismo tiempo estudiar y difundir el hallazgo arqueológico denominado “Los Niños de Lulluillaco” reforzando la identidad de los pueblos andinos originarios.

Cuadro N°93: Visitas al Museo de Arqueología de Alta Montaña, Años 2012 y 2013

	2012	2013	VARIACION
TOTAL DE VISITAS	140.017	149.496	7%

Fuente: Museo de Arqueología de Alta Montaña

Gráfico N° 13: Cantidad de Visitas al Museo, año 2013 por mes



Fuente: Museo de Arqueología de Alta Montaña

METODOLOGÍA Y CONCEPTOS

Relevamiento Hotelero Diario

Metodología:

Dirigida a:

Establecimientos hoteleros y para -hoteleros.

Objetivo:

Medir el impacto del turismo nacional e internacional sobre la actividad de los establecimientos hoteleros y para-hoteleros, para elaborar indicadores que permitan medir, desde la óptica de la oferta y la evolución de la actividad, así como la oferta y utilización de la infraestructura; y, desde la demanda, el ingreso de viajeros (argentinos o extranjeros), su origen y permanencia.

Principales variables investigadas:

Categoría del establecimiento, habitaciones o unidades y plazas disponibles, entrada de viajeros según lugar de residencia habitual, habitaciones o unidades y plazas ocupadas.

Cobertura:

El operativo se inició en el año 1998 en 3 localidades y durante el 2003 se realizó en 6 localidades que permitieron cubrir las diferentes regiones turísticas del país. En el 2006, la muestra se amplió a 15 localidades. En la tabla siguiente se muestran las localidades muestreadas:

- Alrededores: La Caldera, La Calderilla, La Silleta, San Lorenzo, San Luis, Vaqueros.
- Principales Destinos: Cafayate, Cachi, Rosario de la Frontera, San Antonio de los Cobres, Coronel Moldes.
- Resto de la Provincia: Tartagal, Orán y Metán

Diseño muestral:

Marco de muestreo

Los marcos muestrales, a partir de donde se construyen los diseños muestrales, son padrones de hoteles por localidad, recibidos del Área de Fiscalización. Para cada localidad (dominio muestral) se diseña una muestra estratificada, con selección simple al azar en cada estrato.

Los estratos se construyen teniendo en cuenta la categoría de cada uno de los hoteles del marco. El estrato compuesto por los hoteles de cuatro y cinco estrellas es de inclusión forzosa, es decir todos sus hoteles se incluyen en la muestra.

Tamaño de la muestra:

El tamaño de muestra en cada localidad se adjudica a través de una asignación óptima (utilizando el número de plazas) en cada uno de los estratos. Los hoteles en cada estrato sin inclusión forzosa, se seleccionan a través de un muestreo con probabilidad proporcional al tamaño.

Ajuste:

Para la EOH se optó por llevar a cabo un ajuste de los pesos iniciales a través de la técnica de "calibración por marginales fijos" siguiendo la metodología desarrollada por Deville y Särndal [1992].

Para realizar dicha calibración se tienen en cuenta como variables auxiliares los totales de hoteles y plazas en cada categoría. Estos se obtienen del Registro Anual de Establecimientos Hoteleros.

Para salvar posibles inconsistencias en los cuadros a publicar, los pesos calibrados son tratados por un algoritmo de redondeo para eliminar la componente decimal con los que salen del proceso iterativo sin destruir las concordancias alcanzadas.

Periodicidad de resultados

Mensual

Definiciones y conceptos utilizados en la encuesta

Establecimientos hoteleros: son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles.

Establecimientos para-hoteleros incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc.

Habitación: se considera habitación a todo cuarto o espacio amoblado ofrecido por un hotel, hostería, hospedaje o residencial, por un cierto precio por noche. Se consideran unidades los departamentos, cabañas o bungalows equipados que un establecimiento ofrece, otorgándole además algunos de los servicios de la hotelería.

Habitaciones y unidades disponibles: las habitaciones o unidades disponibles en el mes se obtienen multiplicando las habitaciones o unidades disponibles por la cantidad de días que estuvo abierto el establecimiento en el mes. No se incluyen las habitaciones o unidades correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.

Habitaciones o unidades ocupadas: se refiere al total de habitaciones y/o unidades que hayan sido alquiladas/vendidas en el mes de referencia. Resulta de multiplicar el total de habitaciones ocupadas por la cantidad de noches en que fueron ocupadas las mismas.

Plazas disponibles: son el número total de camas fijas y supletorias. Una cama matrimonial se contabiliza como 2 plazas. Se obtienen multiplicando las plazas disponibles por la cantidad de días que estuvo abierto el establecimiento en el mes. No se incluyen las plazas correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.

Plazas ocupadas: Se refiere al total de noches que cada viajero permaneció en una habitación o unidad. Se obtiene de multiplicar la cantidad de viajeros por la cantidad de noches que cada uno de ellos se haya alojado en el establecimiento.

CALCULOS:

$$\text{Porcentaje de ocupacion}_{\text{habitacion}} = \frac{\text{unidades ocupadas}}{\text{unidades disponibles}} \times 100$$

$$\text{Porcentaje de ocupacion}_{\text{plazas}} = \frac{\text{plazas ocupadas}}{\text{plazas disponibles}} \times 100$$

Estadía promedio: promedio ponderado de las permanencias observadas en los establecimientos pertenecientes a la muestra, calculadas como Plazas ocupadas sobre el Cantidad de viajeros.

Encuesta al Turista en la Vía Pública

La encuesta se realiza con el fin de obtener la información del perfil del turista que visita la Provincia, el gasto diario promedio y otras variables relacionadas a la modalidad del viaje y las percepciones del destino. Se tiene registro de dicha encuesta desde el año 2003.

Características de la muestra:

1. *Elemento:* Turistas mayores de 18 años que hayan pernoctado en la localidad.
2. *Unidades de muestreo:* Puntos de concurrencia del turista.
3. *Tamaño de Muestra realizada:* 5.063 casos, dividido en cuatro operativos.

4. *Fecha de toma de muestra:* Enero, Semana Santa, Julio y Octubre¹.

5. *Puntos de muestreo:*

- a. Salta Capital: Plaza 9 de Julio, Cabildo, Catedral, Museos, Iglesias, Convento, Calle Balcarce, Parque San Martín, Monumento a Güemes, Teleférico, Mercado Artesanal, Terminal, Aeropuerto y Camping.
- b. Otras localidades: Plazas, museos, paseos tradicionales, Camping, Hoteles, eventos ocasionales, etc.

Alcance: Salta Capital, San Lorenzo, Cafayate, Cachi, Coronel Moldes, Metán, Rosario de la Frontera, San Antonio de los Cobres.

6. *Alcance:*

	Verano	Semana Santa	Julio	Octubre	Total	%
Salta	878	535	976	377	2.766	55%
Cafayate	278	97	242	100	717	14%
Cachi	86	48	93	47	274	5%
Coronel Moldes	46	24	55		125	2%
Metán	38	25	40	44	147	3%
Rosario de la Frontera	44	29	50		123	2%
San Antonio de los Cobres	38	24	37		99	2%
San Lorenzo	96	44	106		246	5%
Total	1.504	837	1.629	568	5.063	100,0%

	Frecuencia	%
Femenino	2.886	57%
Masculino	2.177	43%
Total	5.063	100,0%

	Frecuencia	%
Argentino	4.253	84%
Extranjero	810	16%
Total	5.063	100,0%

¹ Los resultados del mes de Octubre contribuyen al resultado del perfil y del gasto anual (la intención es captar información en temporada “no alta”), razón por la cual no se los muestran individualmente.

Definiciones

Metodología

Dirigida a:

Los arribos turísticos que pernoctan al menos una noche en la Provincia. Las encuestas se realizan en la Vía Pública, en Centros Turísticos y en diversos hoteles, en base a las actividades realizadas y el gasto económico del día inmediato anterior. Se tiene registro de las encuestas desde el 2003.

Objetivo:

Medir el flujo y el gasto de los viajeros no residentes –mientras permanecen en la Provincia.

Principales variables investigadas:

- Identificación de la residencia, tamaño del grupo de viaje, duración de la estadía (especificando sitios visitados y tipo de alojamiento utilizado), modalidad de organización del viaje o utilización de paquetes turísticos, monto gastado por el grupo de viaje.

Cobertura:

La Encuesta de Turismo Internacional se desarrolló en 2011 en los siguientes sitios:

Periodicidad de resultados:

Trimestral.

Definiciones y conceptos utilizados

Viajero internacional: toda persona que se desplaza fuera de su país de residencia habitual, cualquiera sea el motivo del viaje y utilizando cualquier medio de transporte, incluso a pie.

Visitante internacional: Es toda persona que viaja a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, por un período no superior a los doce meses consecutivos y cuyo motivo principal de la visita no es el ejercicio de una actividad remunerada en el país visitado. Turista internacional: todo viajero internacional que pasa al menos una noche en el lugar visitado.

Excursionista internacional o visitante del día: es aquel viajero internacional que no pernocta en el lugar visitado.

País de residencia habitual: es aquel en el cual una persona permanece la mayor parte del año o, en caso de permanecer un período menor, aquel país al cual la persona tiene previsto regresar para residir en los siguientes doce meses.

Turismo emisor: movimiento de viajeros residentes en Argentina hacia el exterior.

Turismo receptor: movimiento de viajeros no residentes en Argentina desde el exterior hacia nuestro país.

Grupo del viaje: visitantes que se desplazan juntos durante la totalidad o parte del viaje y pagan la mayoría de sus gastos de viaje con cargo a su presupuesto común. Normalmente se compone de individuos pertenecientes a una sola familia. La determinación de utilizar este concepto para las características del viaje y el gasto total obedece a esta situación.

Motivo principal del viaje: motivo que determina la realización del viaje. Se habla de motivo principal porque es frecuente encontrar situaciones en las que se combinan más de un motivo: ocio y negocios, visita a familiares y estudio, etc. La clasificación utilizada en esta encuesta comprende:

- Vacaciones y ocio: recorrido de lugares de interés, compras, asistencia a acontecimientos deportivos y culturales, deportes activos no profesionales, actividades en contacto con la naturaleza, cruceros, juegos de azar, luna de miel.

- Negocios, congresos, etc.: asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones, misiones oficiales, actividades deportivas profesionales, instalaciones de máquinas o equipos, inspecciones, compras y ventas por cuenta de la empresa a la cual se representa.

- Visita a familiares o amigos: se incluyen también aquí las visitas efectuadas para cuidar enfermos o asistir a exequias de familiares o amigos.

Otros: incluye tratamientos de salud, viajes de estudios, participación en acontecimientos religiosos, así como trabajo remunerado en el lugar de destino.

Tipo de alojamiento utilizado. Se lo divide en dos grandes grupos:

Establecimientos de alojamiento turístico colectivo:

- Categorías 4 y 5 estrellas, que comprende los hoteles, apart hoteles, hoteles de playa, clubes residenciales y establecimientos similares con servicios incluidos en estas categorías.

- Categorías 1, 2 y 3 estrellas, que incluye hoteles, pensiones, casa de huéspedes, albergues, residencias para turistas y alojamientos similares con servicios hoteleros incluidos en estas categorías.

Alojamiento turístico privado y otros:

- Casa particular, propia, de familiares o amigos. Incluye las casas y departamentos considerados como vivienda secundaria del hogar propietario. Este tipo de alojamiento comprende también viviendas con régimen de "tiempo compartido".

- Alquiler de casa y otros que comprende el alquiler de casas, departamentos o "tiempo compartido" y otros tipos de alojamiento no incluidos precedentemente.

Forma de organización o modalidad del viaje:

- Con paquete turístico: cuando el viajero contrata en una agencia de viajes al menos dos servicios que se pagan en forma conjunta. Por este motivo este tipo de visitante puede informar el gasto total del paquete pero no su desagregación en alojamiento, comidas, traslados y excursiones.

- Por cuenta propia: cuando el viajero adquiere los servicios en forma directa contactando, ya sea personalmente o por otro medio (teléfono, internet), a la compañía aérea, al hotel, etc., o bien contratando servicios a través de una agencia de viajes, sin que éstos conformen un paquete turístico.

- Por cuenta de terceros: cuando el viaje es organizado por la empresa en la cual trabaja el viajero o por terceras personas. En estos casos, el visitante usualmente conoce las características del viaje aunque no siempre conoce el monto gastado.